

Igualdad de género en los medios de comunicación y en el sector digital

El Día Internacional de la Mujer ofrece la oportunidad de celebrar los logros conseguidos por las mujeres y de hacer balance de los progresos realizados en la igualdad de género. Este año, el Parlamento Europeo está haciendo hincapié en la situación en los medios de comunicación y en el sector digital, con un informe que está previsto que se debata durante el periodo parcial de sesiones del mes de marzo, tras un acto de alto nivel que se celebrará el mismo 8 de marzo.

El compromiso de la Unión con la igualdad de género

De conformidad con los Tratados (artículo 19 del [TFUE](#)), la Unión Europea (UE) puede aplicar legislación para luchar contra la discriminación por razones de género y está comprometida con el respeto y la promoción del principio de [igualdad de género](#) en todas sus acciones (artículos 2 y 3, apartado 3, del [TUE](#) y artículo 8 del TFUE). Entre las actuales prioridades de la Comisión Europea, fijadas en el [Compromiso estratégico para la igualdad de género 2016-2019](#), se encuentran la lucha contra las desigualdades entre mujeres y hombres en el proceso de toma de decisiones y en el mercado laboral, la lucha contra [la violencia de que son víctimas las mujeres](#) y la promoción de la igualdad de género y los derechos de las mujeres en todo el mundo.

Percepción pública y expectativas

Nueve de cada diez participantes (91 %) en una [encuesta del Eurobarómetro](#) de noviembre de 2017 consideran que la promoción de la igualdad de género en la Unión es importante para garantizar una sociedad justa y democrática, y ocho de cada diez consideran que se trata de algo importante para las empresas y la economía, pero también para ellos mismos. No obstante, aunque las mujeres y los hombres tienen unas ideas similares sobre la importancia de la igualdad, las diferencias están claras cuando se trata de la percepción de los progresos. Hay menos mujeres que hombres que opinen que se ha conseguido la igualdad en el trabajo, mientras que solo el 37 % de las mujeres, frente al 50 % de los hombres, piensan que esta igualdad se ha conseguido en el caso de los puestos de dirección en empresas y otras organizaciones. En la encuesta también se preguntaba sobre la percepción de [los estereotipos de género](#) en la sociedad. También en este aspecto las mujeres fueron más propensas que los hombres a pensar que existe un problema con la manera en que se presenta a las mujeres en los medios de comunicación y en la [publicidad](#) (59 % frente al 48 %), y que se trata de un problema que se ha de abordar (45 % frente al 33 %). Más de cuatro de cada diez hombres piensan que no existe ningún problema, frente a una de cada tres mujeres (44 % frente al 33 %).

Igualdad de género en el sector de los medios de comunicación en la Unión

Es importante poner límites a los mensajes y modelos de comportamiento transmitidos a través de los medios de comunicación, o hacer que sean positivos, ya que [influyen](#) en la percepción que tienen las chicas y los chicos de sus propias capacidades y en la dirección que toman en la vida. Los estereotipos también pueden transmitir actitudes perjudiciales sobre la masculinidad y la posición de las mujeres que perpetúan [la discriminación](#), la cosificación sexual y [la violencia por razones de género](#). Todos los Estados miembros han ratificado la [Plataforma de Acción de Pekín](#) de las Naciones Unidas, que reconoce el potencial de los medios de comunicación para avanzar en la igualdad de género y la necesidad acabar con el desequilibrio que existe en la imagen que se da de las mujeres en los contenidos mediáticos, así como su escasa representación entre los trabajadores del sector. No obstante, según el [Global Media Monitoring Project](#) (GMMP), veinte años después las mujeres siguen representando menos de una de cada cuatro de las personas que vemos o sobre las que leemos en las noticias (25,7 %). Hay [correlación](#) entre un mayor equilibrio de género entre los trabajadores de este sector y un mayor equilibrio de los contenidos. Sin embargo, las mujeres siguen estando infrarrepresentadas, en particular en los niveles de toma de decisiones y en los órganos de gobierno que influyen en la política de los medios de comunicación. En 2017, las mujeres [representaban](#) únicamente el 35 % de los puestos de dirección y de los miembros del Consejo de Dirección de las entidades públicas de radiodifusión de la UE-28 (oscilando desde el 0 % en Polonia hasta el 64,3 % en Lituania). Las cifras correspondientes a la cobertura informativa de actualidad son mejores, aunque las mujeres siguen siendo una minoría (40 %) entre los nuevos reporteros en los 22 [países de la Unión](#) en los que se ha realizado la encuesta del GMMP, y es poco probable que se les asignen reportajes más prestigiosos sobre temas de candente actualidad. En un [estudio](#) del Parlamento se hace asimismo hincapié en una serie de preocupaciones expresadas por mujeres que trabajan en el sector de los medios de comunicación, entre ellas la precariedad generalizada, la discriminación salarial, en la contratación y en la promoción, la falta de medidas de conciliación entre la vida profesional y la vida privada, unas culturas sexistas en el trabajo, incluida la «normalización» del acoso sexual y psicológico y la falta -o la aplicación ineficaz- de códigos de prácticas o normas. Las periodistas [están expuestas](#) a elevados niveles de amenazas y violencia, incluido el [acoso en línea](#), lo que tiene efectos adversos en las personas, la participación de las mujeres en la vida pública y la democracia.



Igualdad de género en el sector digital

La «[revolución digital](#)» está [desdibujando](#) las fronteras que existen entre los medios de comunicación tradicionales y los medios en línea, y sobre todo está transformando muchos otros aspectos de nuestras vidas. Según el [análisis de género](#), esta situación está generando tanto oportunidades como riesgos. Los nuevos medios abren [espacios](#) para nuevas voces y nuevas formas de concienciación y movilización, como ha demostrado la reciente ola de «activismo hashtag» contra el acoso sexual. Este sector audiovisual más diversificado también ofrece unos puestos de trabajo altamente cualificados, mejor remunerados y [con garantías de cara al futuro](#) que podrían [contribuir](#) a la supresión de la diferencia salarial. No obstante, el acceso desigual, unos [algoritmos](#) sexistas, unos contenidos en línea que no reflejan ni las necesidades ni las realidades de las mujeres y la falta de participación de las propias mujeres en el diseño de esos contenidos son todos ellos factores que amenazan con aumentar las diferencias de género que ya existen. La digitalización también está creando nuevos riesgos y obstáculos, no solo la colonización de los espacios en línea por la [misoginia](#) y la [ciberviolencia](#). Los datos de que se dispone apuntan hacia una [brecha digital de género a escala mundial](#). En la Unión Europea, no se trata principalmente de que las mujeres y las niñas carezcan de acceso o de competencias de base en cuanto a Internet – aunque el número de mujeres que no han utilizado nunca Internet sigue siendo importante (14 % de mujeres frente a un 12 % de hombres). La brecha de género es mucho mayor en el caso de las competencias informáticas avanzadas, la educación terciaria, el empleo y la toma de decisiones en el sector digital, y es [menos probable](#) que las niñas y las mujeres sigan estudiando materias científicas y tecnológicas después de los quince años, comiencen o prosigan una carrera en el sector de las TIC, alcancen niveles de especialización o de gestión o pongan en marcha sus propias empresas tecnológicas. La infrarrepresentación de las mujeres afecta a las personas y a la [economía en general](#).

Acción actual y posible de la Unión

La legislación de la Unión en vigor sobre [igualdad en el empleo](#), que incluye disposiciones sobre la igualdad salarial y la protección contra la discriminación y el acoso, se aplica a los trabajadores de los medios de comunicación y el sector digital, y podría utilizarse con mayor eficacia para reducir la segregación horizontal y vertical y mejorar las condiciones de trabajo de las mujeres. Algunas propuestas recientes de la Comisión abordan ciertas cuestiones pendientes desde hace tiempo, en particular la [brecha salarial](#) y la desigualdad en las [responsabilidades familiares en materia de cuidados](#). Por lo que se refiere al equilibrio de género y los estereotipos en los contenidos mediáticos, la situación es más compleja. La [Directiva de servicios de comunicación audiovisual](#) ya exige que estos servicios prohíban en sus contenidos la discriminación en relación con el sexo (artículo 9) y la incitación al odio (artículo 6). La [revisión](#) propuesta de la Directiva ampliaría su ámbito de aplicación a las plataformas de distribución de vídeos en línea. No obstante, la regulación de los contenidos mediáticos se decide básicamente a nivel nacional, y varía entre los países y ya se trate de empresas públicas o privadas, sin que exista consenso en cuanto al equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad social de los operadores de los medios de comunicación en ámbitos como la igualdad de género. La Unión Europea puede, no obstante, actuar en este ámbito para fomentar unas buenas prácticas reglamentarias. En el [sector digital](#), la necesidad de garantizar la inclusión y de acabar con las barreras al acceso, la adquisición de competencias, la representación y la seguridad que afectan a las mujeres y las niñas ha sido reconocidas globalmente en los [objetivos de desarrollo sostenible](#) y en la [Estrategia para el Mercado Único Digital](#) de la UE (pilar 2). Entre las principales acciones anunciadas por la [Comisión](#) se encuentran el desarrollo de las competencias digitales entre las mujeres y las niñas, la promoción del empleo femenino en el sector de las TIC (2016-2017) y la concienciación sobre las posibilidades de educación y de formación profesional (2018-2019). La Presidencia búlgara del Consejo ha hecho del tema «Las mujeres en el mundo digital» una de sus [prioridades](#), y va a trabajar con el Instituto Europeo de la Igualdad de Género y [otras](#) agencias de la Unión para mejorar los [datos](#) y la comprensión al respecto. También se ha de [prestar](#) una atención particular a la lucha contra los estereotipos de género en todos los ámbitos políticos de la Unión, con cofinanciación disponible en el marco del [«Programa Derechos, Igualdad y Ciudadanía»](#).

Posición del Parlamento Europeo

El **Parlamento Europeo** ya había hecho anteriormente hincapié en la necesidad de acabar con los estereotipos de género en su [Resolución](#) de 2013 sobre este tema, en la que se destaca la importancia de la formación para los profesionales de los medios de comunicación. En su [Resolución](#) de 2015 sobre la capacitación de las jóvenes a través de la educación en la Unión Europea, el Parlamento advierte de que el trabajo realizado en las escuelas para luchar contra los estereotipos de género se ve a menudo comprometido por los medios de comunicación, y pide a los Estados miembros que proporcionen orientaciones a las escuelas para contrarrestar este fenómeno. En la [Resolución](#) del Parlamento de 2016 sobre la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en la era digital se insta a la Comisión y a los Estados miembros a que tomen medidas para animar a las niñas a que estudien materias científicas y tecnológicas (CTIM) y a que financien y apoyen a las mujeres emprendedoras en el sector de las TIC. En el informe de la Comisión FEMM sobre la igualdad de género en los medios de comunicación en la Unión, que se presentará en el Pleno en marzo, se evalúa la representación de las mujeres entre los trabajadores del sector y la imagen de las mujeres en los medios de comunicación, y se propone una acción por parte de la Comisión, los Estados miembros, los organismos reguladores nacionales y las empresas de medios de comunicación. La comisión también tiene la intención de formular una [pregunta oral](#) a la Comisión en esta misma sesión plenaria para preguntarle sobre cuáles son sus planes para luchar contra la brecha de género en lo que se refiere a las competencias digitales, con el fin de capacitar a las mujeres y las niñas a través del sector digital.

Informe de propia iniciativa: [2017/2210\(INI\)](#); comisión competente para el fondo: FEMM; Ponente: Michaela Šojdřová (PPE, República Checa).